

26.08.2014 – 15:00 Uhr

Migipedia: les produits développés par des clients rapportent 40 millions à Migros

Zürich (ots) -

Quatre ans après le lancement du site Migipedia.ch, Migros dresse le bilan de ce projet pionnier. Plus de 60 000 utilisateurs enregistrés ont ainsi déjà testé, évalué et contribué à développer des produits Migros sur cette plate-forme collaborative. Grâce à la plus vaste communauté de consommateurs de Suisse, plus de 50 nouveaux produits ont ainsi rejoint les rayons des magasins de l'enseigne orange. Ces articles inédits ont permis de réaliser jusqu'à présent un chiffre d'affaires de 40 millions de francs. Le site a par ailleurs attiré plus d'un million de visiteurs durant la seule année 2013. Site et logo viennent de bénéficier d'un relooking complet. Le nouveau slogan affiche clairement la couleur: «Ton avis nous rend meilleurs.».

Produits phares de l'assortiment Migros, le dentifrice Candida au goût Mojito, les biscuits Blévita Gruyère AOC, la Döner Bûx ou encore la glace «Mary Jane's Swiss Chilbi » ont un point commun: tous ont été développés par des clients en étroite collaboration avec l'industrie Migros et remportent un beau succès. Les produits Migipedia ont ainsi permis à l'enseigne orange de réaliser jusqu'à présent un chiffre d'affaires total de plus de 40 millions de francs. Migros dresse un bilan globalement positif au terme des quatre premières années d'existence de ce projet pionnier.

Principaux faits & chiffres

Nombre d'utilisateurs enregistrés: 60 000 Nombre de visiteurs en 2013: 1 million Evaluations de produits et commentaires: 86 000 Chiffre d'affaires réalisé avec les produits Migipedia (développés, souhaités ou élus par des clients: 40 millions de francs Nombre de produits commercialisés suite à leur développement sur Migipedia: 50 Sociodémographie de la communauté: 66% d'utilisatrices, 25-45 ans

Les clients conseillent les clients

Les études montrent que les consommateurs jugent les avis de clients plus fiables que la publicité classique. Grâce à plus de 86 000 évaluations de produits et conseils livrés par les utilisateurs, la plate-forme Migipedia est devenue une fabuleuse mine d'informations sur les produits libre de toute publicité. Ces avis s'avèrent tout aussi précieux pour Migros. Chaque évaluation, chaque idée, chaque souhait, mais aussi chaque critique sont ainsi relayés directement à un responsable produit au sein de Migros.

Une communauté unique en son genre

La communauté Migipedia s'engage avec passion pour Migros et ses produits, en appréciant visiblement le contact direct avec l'entreprise. Une grande partie de la population suisse s'identifie à Migros, une relation sans équivalent à l'échelon européen. Migros produit par ailleurs elle-même la majorité de ses produits en Suisse. «Grâce à notre étroite collaboration avec les entreprises de l'industrie Migros, nous sommes en mesure de répondre rapidement aux souhaits de nos clients», se félicite Hansueli Siber, chef du département Marketing à la FCM. Ces deux aspects font que le concept Migipedia semble difficilement transposable à d'autres entreprises.

Tester, déguster et décider

Les membres de la communauté Migipedia apprécient tout particulièrement la possibilité de tester gratuitement de nouveaux produits ou de participer à des événements tels que des dégustations habituellement réservées à des professionnels. Sans oublier la satisfaction de retrouver dans «leur» Migros un produit qu'ils ont élu ou contribué à développer.

Toujours en sondant les attentes de la communauté Migipedia, Migros a donc offert un petit lifting à sa plate-forme clients. Le nouveau logo s'accompagne d'un slogan, qui résume la finalité de cette plate-forme collaborative unique en son genre: «Ton avis nous rend meilleurs.».

Migipedia: Ton avis nous rend meilleurs

Depuis juin 2010, le site www.migipedia.ch permet aux clients Migros d'évaluer quelque 10 000 articles, d'exprimer leurs attentes, de tester des produits ou de contribuer à en développer de nouveaux. Chaque évaluation, chaque idée, chaque souhait, mais aussi chaque critique sont ainsi relayés directement à un responsable produit au sein de Migros. Cette approche inédite permet à l'enseigne d'adapter et d'optimiser son assortiment en collant au plus près des attentes des clients. Migipedia a été élu meilleur site suisse (Best of Swiss Web) en 2011. L'association des clients au développement de produits dans le cadre de projets dits de crowdsourcing lui a en outre permis de remporter le prix du public fort convoité lors de la Journée suisse du marketing en 2014.

Des photos imprimables sont disponibles sous le lien suivant: <http://www.migros.ch/de/medien>

Site web

www.migipedia.ch

Contact:

Tristan Cerf, porte-parole FCM, tél. 079 637 79 40,

tristan.cerf@mgb.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000968/100760457> abgerufen werden.